



**PRÉFET
DE LA SEINE-
MARITIME**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction départementale
des territoires et de la mer**

PORTER À CONNAISSANCE

Articles L.132-2-2 et R.132-1 du code de l'urbanisme
ARTICLE L.581-14-1 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE

ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
prescrite par délibération du Conseil Communautaire du 4 novembre 2019

PORTER À CONNAISSANCE DE LA MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE



SOMMAIRE

I - CONTEXTE.....	4
I.1 - Dispositif législatif et réglementaire.....	5
I.2 - Le « porter à connaissance ».....	5
I.3 - Quelques définitions.....	5
II - L'ÉLABORATION DU RLP.....	7
II.1 - Procédure d'élaboration.....	7
II.1.1. Les personnes publiques associées (L. 132-7 et suivants du code de l'urbanisme).....	7
II.1.2. Autres personnes publiques consultées à leur demande (L.132-12 du Code de l'urbanisme).....	8
II.1.3. Les consultations à l'initiative du président de l'EPCI.....	9
II.2 - Contenu du règlement local de publicité.....	10
II.2.1. Les pièces constitutives du RLP.....	11
II.2.2. Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales.....	12
II.2.3. Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP.....	12
II.3 - Opposabilité et effets du RLP.....	12
II.4 - RLP et Géoportail de l'urbanisme (GPU).....	13
II.5 - Évolution du règlement local de publicité.....	14
III - LA MISE EN ŒUVRE DU RLP.....	15
III.1 - Les règles générales applicables du code de l'environnement.....	15
III.2 - Préalable à l'élaboration du règlement.....	15
III.2.1. Limites de l'agglomération.....	15
III.2.2. État des lieux.....	16
III.2.3. Population.....	16
III.3 - Secteurs non agglomérés.....	19
III.3.1. Principe général.....	19
III.3.2. Le cas particulier des préenseignes dérogatoires.....	20
III.3.3. Le cas particulier des aéroports et des gares situés hors agglomération.....	21
III.3.4. Le cas particulier des équipements sportifs de plus de 15 000 places.....	21
III.3.5. Le cas particulier des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation...22	
III.4 - Protections particulières.....	22
III.4.1. Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité.....	22
III.4.2. Les secteurs d'interdiction, en agglomération, relative à la protection du patrimoine.....	23
III.4.3. Le Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine-Normande (PNRBSN).....	25
III.4.4. L'interdiction de publicité, en agglomération, dans les secteurs naturels, paysagers ou boisés du PLU.....	26
III.5 - La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.....	26
III.6 - Le Plan de Prévention des Risques Naturels ou Technologiques.....	27
III.7 - Les dispositifs législatifs et réglementaires utiles à l'élaboration du RLP.....	27

Un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal et un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage.

Le RLP est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont la protection du cadre de vie et du paysage, la prévention des nuisances visuelles et la réduction des consommations énergétiques.

Il ne peut qu'être plus restrictif que la règle nationale.

I - CONTEXTE

Par délibération en date du 4 novembre 2019, le conseil communautaire de la métropole Rouen Normandie a décidé d'élaborer un règlement local de publicité intercommunal sur son territoire.

Un RLP est actuellement applicable sur le territoire communal des communes suivantes :

- Amfreville-la-Mi-Voie, approuvé le 15/01/02,
- Bihorel, approuvé le 20/11/06,
- Bois-Guillaume, approuvé le 01/07/89,
- Bonsecours, approuvé le 18/10/84,
- Caudebec-lès-Elbeuf, approuvé le 01/09/11,
- Darnétal, approuvé le 08/07/88,
- Déville-lès-Rouen, approuvé le 01/10/98,
- Elbeuf, approuvé le 24/12/85,
- Franqueville-Saint-Pierre, approuvé le 30/06/91,
- Grand-Couronne, approuvé le 30/04/02,
- Le Grand-Quevilly, approuvé le 15/10/90,
- Malaunay, approuvé le 10/10/16,
- Mont-Saint-Aignan, approuvé le 13/04/84,
- Notre-Dame-de-Bondeville, approuvé le 04/11/05,
- Oissel, approuvé le 14/10/86,
- Le Petit-Quevilly, approuvé le 12/12/16,
- Rouen, approuvé le 30/04/01,
- Saint-Étienne-du-Rouvray, approuvé le 18/03/88,
- Saint-Pierre-lès-Elbeuf, approuvé le 11/04/14,
- Sotteville-lès-Rouen, approuvé le 25/05/89,
- Tourville-la-Rivière, approuvé le 19/12/14,
- Le Trait, approuvé le 29/05/13,
- Yainville, approuvé le 29/05/13.

Sur ces communes, les maires sont compétents en matière de publicité extérieure. Ils autorisent la pose d'enseignes et instruisent les demandes de publicités. Ils sont également responsables du respect de la réglementation (police de l'affichage et responsabilité juridique face aux contentieux).

Les autres communes ne sont actuellement pas couvertes par un RLP. Ce sont donc les dispositions générales du règlement national de publicité qui s'y appliquent.

Sur ces communes, en l'absence de règlement local de publicité, le préfet est la seule autorité compétente chargée d'assurer le respect du droit de l'environnement concernant l'affichage publicitaire et de délivrer les autorisations. Une fois le RLPi approuvé, chacun des maires récupère cette compétence sur son territoire.

I.1 - Dispositif législatif et réglementaire

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement (E.N.E), donne compétence au président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme (P.L.U.), ou à défaut au maire, pour élaborer un règlement local de publicité (R.L.P) adaptant les dispositions prévues par le code de l'environnement.

Le décret en conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1er juillet 2012 (portée au 13 juillet 2015 pour les préenseignes dérogatoires).

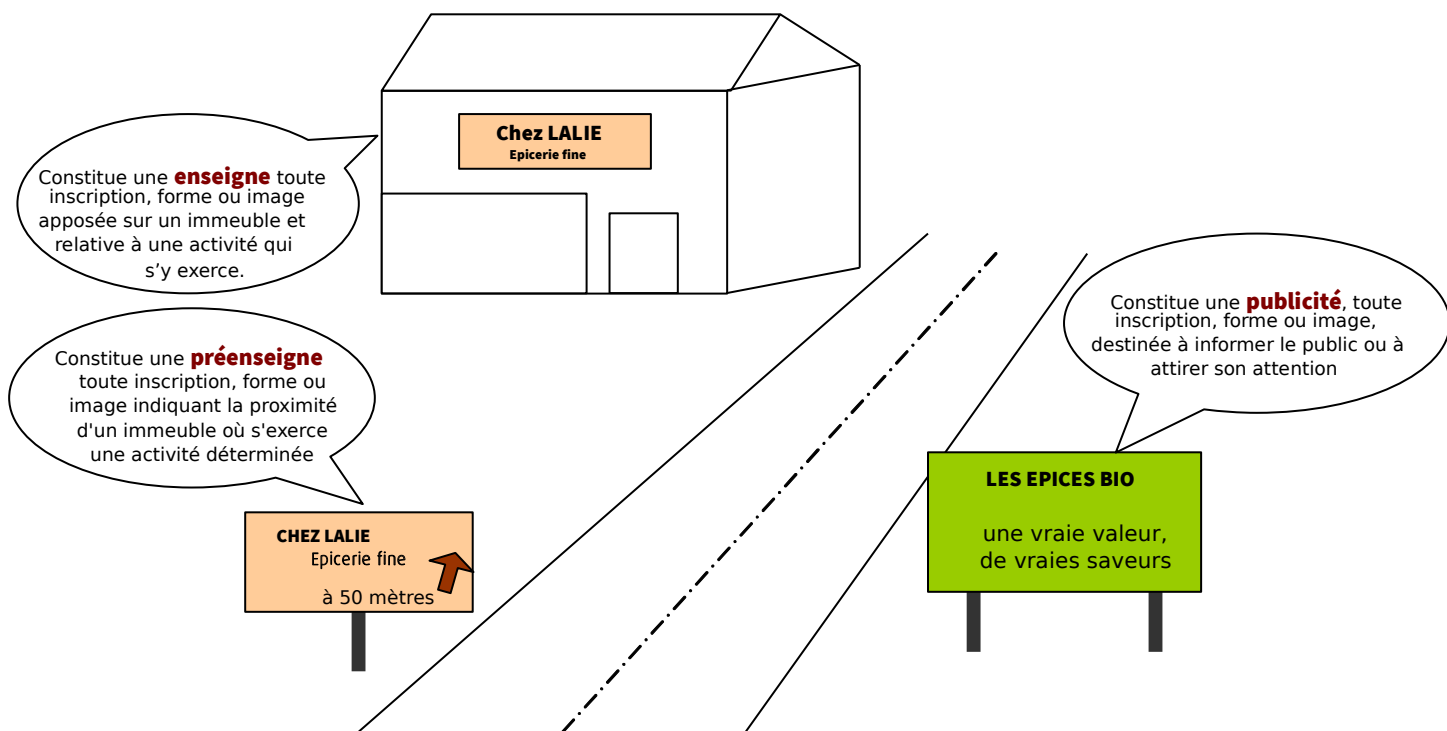
Dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans une approche globale de l'aménagement du territoire, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité est désormais calquée sur les procédures relatives aux plans locaux d'urbanisme, décrites aux articles L.153-8 et suivants du code de l'urbanisme.

I.2 - Le « porter à connaissance »

Le présent « porter à connaissance » (PAC) ne constitue pas une note d'enjeux. Il comporte l'essentiel des informations juridiques et techniques nécessaires à l'élaboration du RLP. Il rappelle les textes importants concernant la publicité, les enseignes et les préenseignes et leurs déclinaisons, et fait la synthèse des informations connues des services de l'État.

I.3 - Quelques définitions

- **Constitue une publicité**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (L.581-3 1° du code de l'environnement).
- **Constitue une enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. (art. L.581-3 2° du code de l'environnement).
- **Constitue une préenseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité où s'exerce une activité déterminée. (art. L.581-3 3° du code de l'environnement).



II - L'ÉLABORATION DU RLP

II.1 - Procédure d'élaboration

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L. 153-8 et suivants, R. 153-1 et suivants du code de l'urbanisme.

Il importe de rappeler quant à la compétence relative à l'élaboration d'un RLP, que seules les communes qui n'ont pas transféré leur compétence en matière de plan local d'urbanisme à un établissement public de coopération intercommunale (EPCI) ont la possibilité juridique d'élaborer leur RLP.

Ainsi, et a contrario, lorsqu'une commune transfère sa compétence en matière de plan local d'urbanisme à un EPCI, la compétence RLP est aussi transférée de droit à l'EPCI concerné, qui devra alors réaliser un RLP sur l'ensemble du territoire de l'établissement public.

Lors de l'établissement d'un règlement local de publicité intercommunal, les modalités de collaboration entre les communes et l'EPCI compétent sont déterminées conjointement avec le président de l'EPCI et l'ensemble des maires des communes à l'occasion d'une conférence intercommunale, puis arrêtées par l'organe délibérant de l'EPCI.

La première phase de l'élaboration du RLPi se traduit par l'adoption de la délibération qui va déterminer les enjeux et objectifs du projet, et déterminer les modalités de la concertation. Cette étape est indispensable pour assurer la sécurité juridique de la procédure.

La délibération de prescription doit être précise, explicite et adaptée au contexte local à travers l'exposé des objectifs poursuivis par l'élaboration du RLPi. En effet, le contentieux du code de l'urbanisme a montré que les délibérations généralistes et pouvant s'appliquer à n'importe quel territoire étaient très souvent annulées.

A compter de la publication de cette délibération qui sera affichée en mairie, elle est notifiée aux acteurs déterminés à l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme.

II.1.1. Les personnes publiques associées (L. 132-7 et suivants du code de l'urbanisme)

Les personnes publiques associées sont les partenaires institutionnels associés à l'élaboration du RLP. Elles reçoivent la délibération de prescription du RLP et émettent un avis sur le projet (L. 132-11 du code de l'urbanisme). Elles sont ainsi associées à l'élaboration du projet dès son commencement. Ce sont :

- L'État (le Préfet associe et relaie l'ensemble des services déconcentrés de l'État),
- Le président du conseil régional,
- Le président du conseil départemental,

- Les autorités compétentes en matière d'organisation des transports urbains,
- Les EPCI compétents en matière de programme local de l'habitat,
- Les collectivités territoriales ou les établissements publics mentionnés à l'article L. 312-3 du code de l'urbanisme,
- Les établissements publics chargés d'une opération d'intérêt national,
- Les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et parcs nationaux,
- Les chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre des métiers, chambre d'agriculture),
- Les sections régionales de la conchyliculture, pour les communes littorales au sens de l'article L.321-2 du code de l'environnement,
- Le gestionnaire d'infrastructure ferroviaire ayant au moins un passage à niveau ouvert au public dans l'emprise du RLP
- Les syndicats d'agglomération nouvelle,
- L'établissement public compétent en matière de SCoT lorsque le territoire du RLP est situé dans le périmètre du schéma de ScoT,
- Les établissements publics compétents en matière de SCoT lorsque la commune limitrophe n'entre pas dans ce périmètre et n'est elle-même pas couverte par un ScoT.

Bien que certaines de ces PPA ne soient pas directement concernées par l'objet du RLP, dès lors qu'elles sont destinataires de la notification, rien ne leur interdit d'être associées à la procédure à chaque fois qu'elles le demandent et tout le long de la procédure. Le président de l'EPCI ne peut s'y opposer. L'association doit donc être regardée comme une consultation obligatoire.

Les modalités de l'association sont laissées à la discrétion du président de l'EPCI dès lors qu'elles permettent une association effective. La tenue d'une réunion associant l'ensemble des personnes publiques associées est un minimum nécessaire.

A noter, que conformément à l'article L. 132-7 du code de l'urbanisme, les professionnels sont informés via les chambres consulaires de la délibération de prescription du RLP. **Cependant, il est conseillé d'informer les publicitaires via l'Union de la Publicité Extérieure (2 rue Sainte Lucie, 75015 Paris).**

II.1.2. Autres personnes publiques consultées à leur demande (L.132-12 du Code de l'urbanisme)

Les articles L.132-12 et L.132-13 du code de l'urbanisme prévoient que sont consultés à leur demande :

- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions des articles R.132-6 et R.132-7 du code de l'urbanisme,

- les associations de protection de l'environnement agréées dans les conditions de l'article L.141-1 du code de l'environnement,
- les maires des communes voisines,
- les présidents des EPCI voisins compétents en matière de PLU,
- le représentant de l'ensemble des organismes mentionnés à l'article L.411-2 du code de la construction et de l'habitation, propriétaires ou gestionnaires de logements situés sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale compétent.

II.1.3. Les consultations à l'initiative du président de l'EPCI

S'il le souhaite, le président de l'EPCI peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements, y compris des collectivités territoriales des Etats limitrophes (Art. L.581-14-1).

Le président de l'EPCI conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité. A la demande du préfet ou à l'initiative du président de l'EPCI, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de RLP. En l'occurrence, **l'État demande à être associé à la procédure à travers l'organisation d'échanges techniques réguliers.**

L'organe délibérant de l'EPCI **tire le bilan de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité.** Celui-ci est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'à la **commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)** réunie dans sa formation dite « de la publicité ». De même, à leur demande, le projet est soumis pour avis aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement ; à défaut, ces avis sont réputés favorables.

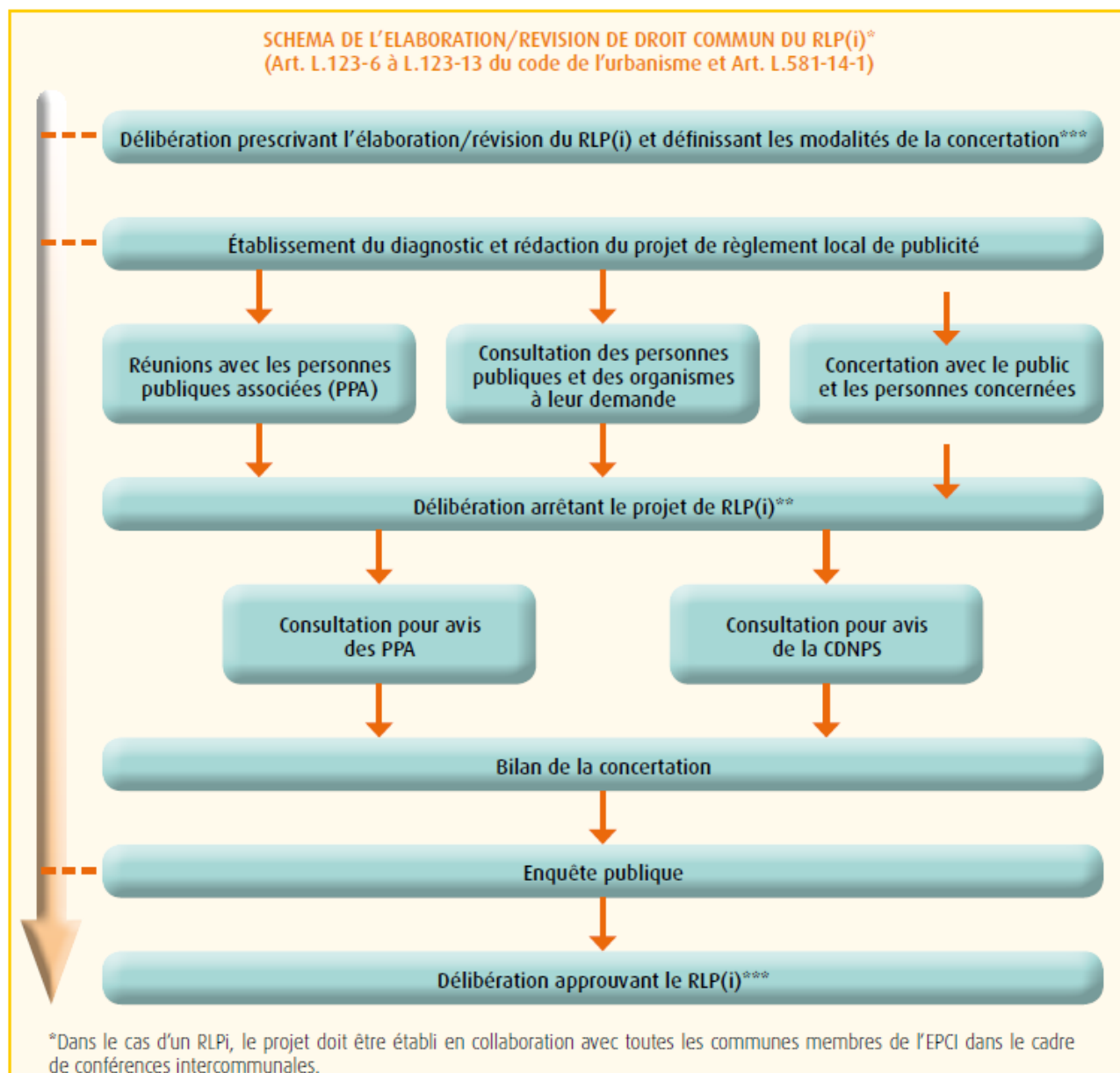
Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique. Le dossier soumis à l'enquête comprend, en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

Lors de l'établissement d'un RLP intercommunal, la conférence intercommunale est à nouveau réunie à l'issue de l'enquête publique où lui sont présentés les avis qui ont été joints au dossier d'enquête, les observations du public et le rapport du commissaire ou de la commission d'enquête.

Le règlement local de publicité, éventuellement modifié, **est approuvé par délibération du conseil** communautaire. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité intercommunal, est affichée pendant un mois en mairie et au siège de l'EPCI. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Le cas échéant, elle est publiée au recueil des actes administratifs.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification du règlement local de

publicité et d'élaboration, de révision ou de modification du plan local d'urbanisme peuvent être menées conjointement et faire l'objet d'une même enquête publique.



II.2 - Contenu du règlement local de publicité

Le règlement local de publicité intercommunal, **élaboré sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité**, définit une ou plusieurs zones où s'applique **une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national** (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

II.2.1. Les pièces constitutives du RLP

Le décret en Conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité.

Le règlement local de publicité comprend au moins (article R 581-72 du code de l'environnement) :

- un rapport de présentation,
- une partie réglementaire,
- des annexes.

Document	Contenu	Détails (non exhaustif)
Rapport de présentation	Diagnostic	État actuel de l'affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, ...). Identification des enjeux architecturaux et paysagers et des espaces sous forte pression publicitaire. Identification des espaces nécessitant un traitement spécifique.
	Orientations objectives et	Liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés.
	Choix retenus	Choix généraux et/ou spécifiques à chaque espace identifié. Justification de ces choix.
Partie réglementaire	Prescriptions	Emplacements (muraux, scellés au sol, façade, toiture). Densité. Surface et hauteur. Type de dispositifs autorisés/interdits (bâches, micro-affichage, enseignes).
	Autres prescriptions	Périmètres à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération = périmètre et modalités. Autorisations éventuelles dans les lieux visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement.
Annexes	Documents graphiques	Zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement.
	Limites de l'agglomération	Arrêté(s) municipal(aux) + document graphique.

II.2.2. Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités et les enseignes, en fonction du contexte urbain local et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité (article R.581-78 du code de l'environnement).

Le RLPi doit prévoir des règles plus restrictives que celles du règlement national de publicité (cf art. L.581-14-1 du code de l'environnement).

Ainsi le RLPi peut prévoir, par exemple, d'appliquer, sur certains secteurs, les règles nationales s'appliquant aux communes de moins de 10 000 habitants, plus restrictives que celles s'appliquant sur les communes de l'unité urbaine de Rouen.

Le règlement local de publicité pourra également édicter des règles concernant les nuisances lumineuses et la limitation des consommations d'énergie, en particulier définir les obligations et modalités d'extinction des publicités et enseignes lumineuses selon les zones qu'il identifie (article R.581-75 du code de l'environnement). Par exemple, la plage d'extinction des dispositifs pourra être mise en adéquation avec la plage d'extinction de l'éclairage public.

II.2.3. Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP

- Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie. La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1^o et 2^o du I de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

- Publicité effectuée en exécution d'une décision de justice

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50m².

II.3 - Opposabilité et effets du RLP

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site Internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79

du code de l'environnement).

Le RLP n'entre en vigueur qu'à compter de la réalisation de l'ensemble des formalités de publicité et de sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité lorsqu'il porte sur un territoire couvert par un SCoT. S'il porte sur un territoire qui n'est pas couvert par un SCoT, le RLP(i) publié et transmis au préfet n'entrera en vigueur qu'un mois suivant cette transmission (Art. L.153-24 du code de l'urbanisme).

Dès l'entrée en vigueur du RLP, les compétences en matière d'instruction et de police concernant les dispositifs publicitaires et les enseignes sont transmises aux communes. Les dispositions du règlement sont applicables aux nouveaux dispositifs à mettre en place.

Les publicités et les préenseignes, qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du RLP et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de deux ans à compter de l'entrée en vigueur des actes précités. Ce délai est porté à six ans pour les enseignes.

Le tableau ci après résume les principaux effets du RLP en matière de compétences.

Communes couvertes par un RLP	Communes non couvertes par un RLP
<ul style="list-style-type: none">• L'instruction appartient au maire	<ul style="list-style-type: none">• L'instruction appartient au préfet de département
<ul style="list-style-type: none">• Le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal	<ul style="list-style-type: none">• Le pouvoir de police appartient au préfet de département
<ul style="list-style-type: none">• Le maire agit au nom de la commune	<ul style="list-style-type: none">• Le préfet de département agit au nom de l'Etat
<ul style="list-style-type: none">• Le préfet de département a un pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police	
L'instruction des demandes d'autorisation concernant les bâches et les dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelle liés à des manifestations temporaires appartient au maire : <ul style="list-style-type: none">• il agit au nom de la commune, lorsque celle-ci est couverte par un RLP• il agit au nom de l'Etat, en l'absence de RLP.	

II.4 - RLP et Géoportail de l'urbanisme (GPU)

Le RLP n'est pas directement visé par l'ordonnance du 19 décembre 2013 qui instaure les obligations de publication sur le Géoportail de l'urbanisme.

En revanche, en application de l'article R.151-53 11° du code de l'urbanisme, le RLP doit être annexé au document d'urbanisme. En conséquence, le RLP devra être publié sur le GPU, en tant qu'annexe (format pdf stocké dans le dossier "4_Annexes", correspondant au code 20 00 (p34 du standard CNIG PLU v2017c) de la table géographique INFORMATION).

II.5 - Évolution du règlement local de publicité

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte complète du document.

III - LA MISE EN ŒUVRE DU RLP

III.1 - Les règles générales applicables du code de l'environnement

Le RLP est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont la protection du cadre de vie, la prévention des nuisances visuelles et la réduction des consommations énergétiques.

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L.581-1 à L.581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R.581-1 à R.581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux (pour vous y aider, vous trouverez en annexe un extrait de l'atlas du paysage de Haute-Normandie). Il est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal. Il est l'expression du projet de l'intercommunalité et des communes en matière d'affichage publicitaire et est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage qui s'y réfèrent.

III.2 - Préalable à l'élaboration du règlement

III.2.1. Limites de l'agglomération

Les limites de l'agglomération ayant des effets déterminants en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, et à la rectification de celui-ci le cas échéant.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R.110-2 du code de la route). Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R.411-2 du code de la route.

En pratique, c'est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

L'espace bâti est caractérisé par :

- un espacement entre bâtiments de moins de 50 m,
- des bâtiments proches de la route,

- une longueur d'au moins 400 m,
- une fréquentation significative d'accès riverains,
- des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 m du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneaux de type EB10) et sur toutes les voies de sortie de l'agglomération (panneaux de type EB20).

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R.581-78 du code de l'environnement) accompagnés d'une cartographie de localisation de ces limites.

À noter que le Conseil d'État a considéré, en matière d'appréhension de l'agglomération, qu'il faut s'appuyer sur « l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune » et qu'elle ne « peut s'apprécier qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée » (Conseil d'État n°352916, 26/11/2012, Sté Avenir).

III.2.2. État des lieux

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales relatives aux publicités, enseignes et préenseignes.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et préenseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

III.2.3. Population

Selon le recensement de la population de 2017 réalisé par l'INSEE, l'unité urbaine de Rouen compte une population de 489 844 habitants, supérieur au seuil de 100 000 habitants. Les règles en matière de publicité seront différentes suivant le nombre d'habitant dans chaque commune et son appartenance à l'unité urbaine de Rouen.

Selon le recensement de la population de 2017, les communes ci-dessous comptent une population municipale supérieure au seuil de 10 000 habitants.

• Bois-Guillaume	• Canteleu
• Caudebec-lès-Elbeuf	• Déville-lès-Rouen
• Elbeuf	• Le Grand-Quevilly
• Maromme	• Mont-Saint-Aignan
• Oissel	• Le Petit-Quevill

• Rouen	• Saint-Etienne-du-Rouvray
• Sotteville-lès-Rouen	

En matière de publicité extérieure, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui constituent une base de travail pour la définition de règles potentiellement plus restrictives.

Ainsi, le règlement national de publicité prévoit que dans les parties agglomérées des territoires communaux :

- Les **publicités** admises sont des dispositifs d'une **surface maximale de 12 m²** (8 m² pour les publicités lumineuses), soit installés **sur des bâtiments, murs ou clôtures**, soit **scellés au sol ou installés directement sur le sol**, dans le respect des conditions fixées par les articles R 581-23 à 29 (publicité non lumineuse) R 581-34 à 41 (publicité lumineuse) R 581-30 à 33 (dispositifs scellés au sol) et R 581-42 à 47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R 581-25 du code de l'environnement.
- Les **préenseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôtures, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les **mêmes conditions que la publicité**.
- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R 581-58 à 65 du code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** peuvent avoir une surface **de 12 m²** maximum. Elles sont limitées en nombre à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercé l'activité signalée.

Par ailleurs, selon le recensement de la population de 2017, les communes ci-dessous comptent une population municipale inférieure au seuil de 10 000 habitants, et ne sont pas incluses dans l'unité urbaine de Rouen :

• Anneville-Ambourville	• Les Authieux-sur-le-Port-Saint-Ouen
• Bardouville	• Berville-sur-Seine
• La Bouille	• Duclair
• Épinay-sur-Duclair	• Gouy
• Hautot-sur-Seine	• Hénouville
• Houpeville	• Jumièges
• Le Mesnil-sous-Jumièges	• Montmain
• La Neuville-Chant-d'Oisel	• Quevillon
• Quévreville-la-Poterie	• Roncherolles-sur-le-Vivier

• Sahurs	• Saint-Aubin-Celloville
• Saint-Jacques-sur-Darnétal	• Saint-Martin-de-Boscherville
• Saint-Paër	• Saint-Pierre-de-Manneville
• Saint-Pierre-de-Varengeville	• Sainte-Marguerite-sur-Duclair
• Le Trait	• Yainville
• Ymare	• Yville-sur-Seine

Dans les parties agglomérées de ces territoires communaux, le règlement national de publicité prévoit que :

- Les **publicités** admises sont des dispositifs d'une **surface maximale de 4 m²** installés **sur des bâtiments, murs ou clôtures** dans le respect des conditions fixées par les articles R 581-26 à 29 (publicité non lumineuse) et R 581-42 à 47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. Les publicités lumineuses sont interdites (articles R.581-34 à 41 sur la publicité lumineuse). Les publicités scellées au sol ou installés directement sur le sol sont interdites (article R.581-31). De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R 581-25 du code de l'environnement.
- Les **préenseignes** admises sont celles apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, dans les **mêmes conditions que la publicité**.
- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R 581-58 à 65 du code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont **limitées à 6 m² de surface unitaire**. Elles sont limitées en nombre à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercé l'activité signalée.
- Les bâches de chantier comportant de la publicité, ainsi que les bâches publicitaires et les dispositifs de dimension exceptionnelle sont interdits.

Enfin, selon le recensement de la population de 2017, les communes ci-dessous comptent une population municipale inférieure au seuil de 10 000 habitants, mais sont incluses dans l'unité urbaine de Rouen :

• Amfreville-la-Mi-Voie	• Belbeuf
• Bihorel	• Bonsecours
• Boos	• Cléon
• Darnétal	• Fontaine-sous-Préaux
• Franqueville-Saint-Pierre	• Freneuse
• Grand-Couronne	• Le Houlme

• Isneauville	• La Londe
• Malaunay	• Le Mesnil-Esnard
• Moulineaux	• Notre-Dame-de-Bondeville
• Orival	• Petit-Couronne
• Saint-Aubin-Épinay	• Saint-Aubin-lès-Elbeuf
• Saint-Léger-du-Bourg-Denis	• Saint-Martin-du-Vivier
• Saint-Pierre-lès-Elbeuf	• Sotteville-sous-le-Val
• Tourville-la-Rivière	• Val-de-la-Haye

Dans les parties agglomérées de ces territoires communaux, le règlement national de publicité prévoit que :

- Les **publicités** admises sont des dispositifs d'une **surface maximale de 12 m²** (8 m² pour les publicités lumineuses), soit installés **sur des bâtiments, murs ou clôtures**, soit **scellés au sol ou installés directement sur le sol**, dans le respect des conditions fixées par les articles R 581-23 à 29 (publicité non lumineuse), R 581-34 à 41 (publicité lumineuse), R 581-30 à 33 (dispositifs scellés au sol) et R 581-42 à 47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des **règles de densité maximale** définies à l'article R 581-25 du code de l'environnement.
- Les **préenseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les **mêmes conditions que la publicité**.
- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R 581-58 à 65 du code de l'environnement. Les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont **limitées à 6 m² de surface unitaire**. Elles sont limitées en nombre à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercé l'activité signalée.

III.3 - Secteurs non agglomérés

III.3.1. Principe général

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R.110-2 du code de la route comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde », le règlement national de publicité prévoit que :

- Toute **publicité** est **interdite** (article L.581-7 du code de l'environnement), à l'exception des cas particuliers détaillés dans les paragraphes ci-après.

- Les **préenseignes** respectent les mêmes règles que la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires définies dans le paragraphe ci-après.
- Les **enseignes** sont soumises au règlement national des enseignes (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement).

III.3.2. Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

En application de l'article **L.581-19** du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Elles sont donc interdites hors agglomération à l'exception des préenseignes dérogatoires, comme le prévoit l'**article R.581-66** du code de l'environnement.

À la différence de la publicité (art. L.581-14, L.581-7) et des enseignes (art. L.581-18), aucune disposition législative n'a habilité les collectivités à réglementer les préenseignes dérogatoires dans le cadre d'un RLP. **En conséquence le RLP ne devra pas réglementer les préenseignes dérogatoires.**

Les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Ces préenseignes dérogatoires doivent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

En dehors des agglomérations, sont uniquement autorisées les préenseignes suivantes :

- 2 préenseignes par entreprises locales que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir (voir définition ci-dessous) ;
- 2 préenseignes signalant les activités culturelles ;
- 4 préenseignes par monuments lorsque qu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, 4 préenseignes par opérations ou manifestations exceptionnelles décrites à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Définition de « Produits du terroir » issue de la circulaire du 25 mars 2014 et de sa notice technique :

Il s'agit de produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un

secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Les entreprises locales sont des entreprises dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de

produits du terroir local ce qui justifie leur implantation dans l'espace rural.

Par ailleurs, aucune préenseigne dérogatoire n'est autorisée dans les lieux visés à l'article L581-4 (notamment en site classé).

III.3.3. Le cas particulier des aéroports et des gares situés hors agglomération

Dans l'enceinte d'un aéroport ou d'une gare située en dehors d'une agglomération, la publicité est admise selon les conditions suivantes.

La **publicité non lumineuse** apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant douze mètres carrés, ni s'élever à plus de sept mètres cinquante au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-26 al. 1).

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant douze mètres carrés, ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-32 al. 1). Mais ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles :

- que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires (Art. R.581.31 al. 3).

La **publicité lumineuse** (y compris numérique), autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant huit mètres carrés, ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 al. 3).

La publicité numérique doit être équipée d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Art. R.581-41 alinéa 3).

III.3.4. Le cas particulier des équipements sportifs de plus de 15 000 places

Dans l'emprise d'un équipement sportif ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, la publicité est admise selon les conditions suivantes.

La **publicité non lumineuse** est autorisée sur les murs et les clôtures qui ne sont pas aveugles (Art. R.581-23 al. II).

La **publicité non lumineuse** apposée sur un mur, une façade ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 20 % de la surface totale du support, ni s'élever à plus de 10 m au-dessus du niveau du sol (dérogation possible) (Art R.581-26).

Les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol** ou installés directement sur le sol sont interdits si l'affiche qu'ils supportent :

- n'est visible que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- n'est visible que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise de l'équipement sportif.

Les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol** ou installés directement sur le sol peuvent s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de **50 m²** (Art R.581-323)

La **publicité lumineuse ou numérique** apposée sur un mur, une façade ou une clôture, scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol (dérogation possible sauf pour les scellés au sol) et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de **50 m²** (Art R.581-34 et 41).

La **publicité lumineuse** peut recouvrir une baie et être apposée sur une clôture (Art R.581-36).

III.3.5. Le cas particulier des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation

Si un (ou des) établissement(s) de centre(s) commercial(aux) exclusif(s) de toute habitation et situé(s) hors agglomération se trouve sur le territoire intercommunal, le RLPi peut autoriser la publicité dans le respect de la qualité de vie et du paysage, et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Un centre commercial se définit comme un ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5 000 m², conçu, réalisé et géré comme une seule entité.

Lorsque le RLPi autorise sur le fondement de l'article L581-7 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires à proximité des centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Cependant, dans ce périmètre, le RLPi ne peut pas prévoir des règles allant au-delà des prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

De plus, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R 581-77 du code de l'environnement).

III.4 - Protections particulières

III.4.1. Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité

L'article L.581-4-I du code de l'environnement prévoit l'interdiction de toute publicité :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.

L'ensemble des monuments historiques est consultable sur l'atlas mis en ligne par le ministère de la culture : <http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>

Par ailleurs, la Métropole Rouen Normandie est concernée par les sites classés suivants :

- Vallée de Seine - Boucle de Roumare - Site classé le 26/06/2013
- La côte Sainte Catherine à Bonsecours et Rouen – Site classé le 04/02/2002
- La vieille côte de Bonsecours – Site classé le 05/03/1928
- Le Belvédère du Bois du Roule à Darnétal – Site classé le 13/04/1943
- L'église, l'if, le calvaire, le cimetière de Moulineaux - Site classé le 05/12/1935
- La falaise "la roche-fouet" à Orival - Site classé le 23/01/1926
- L'if du cimetière de Gouy - Site classé le 12/09/1932
- Le panorama et le fond du val à Mont-Saint-Aignan - Site classé le 01/04/1997
- La pierre d'état à petit-couronne - Site classé le 31/08/1931
- Le château du taillis à Duclair et Yainville - Site classé le 14/06/1952

Le règlement local de publicité ne permet pas de déroger à l'interdiction d'apposer de la publicité dans ces lieux. Ces secteurs devront par conséquent être identifiées dans le RLP, notamment sur les documents graphiques annexés.

III.4.2. Les secteurs d'interdiction, en agglomération, relative à la protection du patrimoine

De manière exceptionnelle, le règlement local de publicité **peut déroger** à l'article L.581-8-I du code de l'environnement qui prévoit l'interdiction de la publicité, à l'intérieur des agglomérations :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du Patrimoine (périmètre de 500 m par défaut) ;
- Dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du code du Patrimoine ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (Zone Natura 2000).

L'ensemble des monuments historiques et des sites patrimoniaux remarquables est consultable sur l'atlas mis en ligne par le ministère de la culture :

Par ailleurs, le Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normandie couvre une partie du territoire de la Métropole Rouen Normandie.

De même, la Métropole Rouen Normandie est concernée par les sites inscrits suivants :

- Les terrains autour de la cathédrale de Rouen - Site inscrit le 31/12/1936
- Les façades et les toitures des immeubles bordant la rue du gros-horloge à Rouen - Site inscrit le 22/05/1937
- La boucle d'Anneville - Site inscrit les 01/04/1975 et 26/06/2013
- La rive gauche et la seine à la bouille à Moulineaux - Site inscrit les 10/02/1944 et 26/06/2013
- La vue panoramique de la cité Saint Aucht à Elbeuf - Site inscrit le 16/09/1942
- Les boucles de la seine à hauteur de la forêt de Brotonne - Site inscrit le 24/11/1972
- Le chêne de la vierge à Orival - Site inscrit le 08/09/1932
- Les roches et les falaises d'Orival - Site inscrit les 01/03/1934 et 03/07/1974
- L'église et la ferme de l'ancien château d'Ymare - Site inscrit le 20/03/1978

La Métropole Rouen Normandie est également concernée par les sites Natura 2000 suivants :

- n° FR2310044, intitulé « Estuaire et marais de la Basse Seine », désigné en application de la directive « oiseaux »,
- n° FR2300123, intitulé « Boucles de la Seine Aval » désigné en application de la directive « habitats »,
- n° FR2300124, intitulé « Boucles de la Seine Amont, Coteaux de Saint-Adrien » désigné en application de la directive « habitats »,
- n° FR2300125, intitulé « Boucles de la Seine Amont, Coteaux d'Orival » désigné en application de la directive « habitats »,
- n° FR2302005, intitulé « L'Abbaye de Jumièges » désigné en application de la directive « habitats »,
- n° FR2302006, intitulé « Iles et berges de la Seine en Seine-Maritime » désigné en application de la directive « habitats ».

Dans ces lieux, la publicité, ainsi que les préenseignes sont interdites au titre de la réglementation nationale.

Toutefois, il peut être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

Le RLP ne pourra toutefois pas autoriser la publicité numérique sur mobilier urbain au sein des parcs naturels régionaux et au sein des sites NATURA 2000.

L'élaboration du règlement d'une zone autorisant la publicité dans ces espaces protégés nécessite une vigilance particulière qui justifie d'associer à l'élaboration du RLPi l'Architecte des bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la DREAL.

Dans le cas où il n'est pas dérogé à ces interdictions, le président de l'EPCI peut, dans le cadre du RLPi autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations, mentionnées à l'article L581-13 sur les palissades de chantier dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'État.

III.4.3. Le Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine-Normande (PNRBSN)

- L'interdiction de la publicité de principe et sa dérogation

Dans un parc naturel régional, la publicité est **interdite hors agglomération** au titre des dispositions de l'article L. 581-7 (droit commun), **et en agglomération** au titre des dispositions du 3° de l'article L. 581-8.

Cependant la publicité peut être réintroduite par un règlement local de publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc (Article L.581-14)

Une telle réglementation s'applique sur le territoire du parc indépendamment du contenu de la charte dès lors que celle-ci ne prévoit pas de dispositions spécifiques encadrant les règlements locaux de publicité.

Cependant la charte d'un parc peut comporter des orientations relatives à la publicité avec lesquelles le RLP devra être compatible et énoncer des règles visant à encadrer les règlements locaux de publicité. Dans ce cas, le RLP doit respecter ces règles.

- Les autres dispositifs

Au sein d'un parc naturel régional :

- les enseignes sont soumises à autorisation (L. 581-18) ;
- le mobilier urbain ne peut supporter de la publicité ;
- les véhicules terrestres utilisés ou équipés à des fins publicitaires, ne peuvent pas circuler ;
- les bâtiments motorisés supportant de la publicité sur les eaux intérieures, ne peuvent stationner ou séjourner dans le parc ou sur les plans d'eau ou parties de plan d'eau situés à moins de 100 mètres de ce parc.

- La charte du PNRBSN

La charte du Parc Naturel Régional des Boucles de Seine Normande (PNRBSN) définit les orientations de protection, de mise en valeur et de développement du parc, ainsi que les mesures permettant de les mettre en œuvre. La charte du parc, approuvée le 19 décembre 2013 par décret du 1^{er} ministre, couvre la période de 2013 à 2025.

La charte du parc en cours est définie autour de trois ambitions, déclinés en objectifs stratégiques et opérationnels, dont certains peuvent particulièrement intéresser le RLPi de la Métropole Rouen Normandie, notamment l'ambition n°1 qui a pour objectif de préserver et valoriser le paysage. Il se fixe pour orientation et actions de réglementer la publicité et mettre en place une charte signalétique. Le parc souhaite ainsi « élaborer, sur les communes concernées, des règlements locaux de publicité déclinant les principes élaborés dans la charte signalétique du Parc ». De plus, la charte identifie plusieurs sites d'intérêt environnemental et paysager qu'il convient de préserver. Le front de Seine, notamment, est qualifié de « secteur de haute sensibilité paysagère ».

À noter que la charte 2013-2025 et ses annexes sont entièrement téléchargeables sur le site du PNRBSN : www.pnr-seine-normande.com

Le RLP doit se conformer aux orientations et mesures de la charte du parc naturel régional. La charte du Parc s'impose au RLP dans un rapport de compatibilité.

III.4.4. L'interdiction de publicité, en agglomération, dans les secteurs naturels, paysagers ou boisés du PLU

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme ;

2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

En application de la disposition précitée, le RLPi devra nécessairement, dans les agglomérations, inscrire en zone de publicité interdite les espaces boisés classés et les zone N des PLU (ou ND des POS) visant explicitement à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages.

III.5 - La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs

La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir **essentiellement** de support à de la publicité est réglementée aux articles R.581-48 à R.581-52 du code de l'environnement.

Les transports en commun dont le principal objectif est de transporter des gens ne supportent qu'accessoirement de la publicité.

III.6 - Le Plan de Prévention des Risques Naturels ou Technologiques

Dans les secteurs concernés par des risques naturels (PPRN Bassin versant de l'Austreberthe et du Saffimbec, Bassin versant du Cailly, de l'Aubette et du Robec, Bassin versant de la Rancon et de la Fontenelle, Vallée de la Seine - boucle d'Elbeuf et Vallée de la Seine - boucle de Rouen) ou technologiques (PPRT du site Brenntag de Montville, du Site E&S Chimie de SAINT-PIERRE-LES-ELBEUF, du Site LUBRIZOL de ROUEN, ZI SAINT-AUBIN-LES-ELBEUF, ZIP - PETIT COURONNE et ZIP - PETIT et GRAND QUEVILLY) identifiés dans un Plan de Prévention des Risques, il est souhaitable que les dispositifs publicitaires envisagés dans les périmètres de risques forts soient conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes (dispositifs scellés au sol notamment).

Il est préconisé de tenir compte du règlement des PPR pour l'élaboration du RLP.

Des renseignements utiles peuvent être obtenus sur le site internet suivant :

<http://www.seine-maritime.gouv.fr/Publications/Information-des-acquereurs-et-locataires-sur-les-risques-majeurs>

III.7 - Les dispositifs législatifs et réglementaires utiles à l'élaboration du RLP

CODE DE L'ENVIRONNEMENT	articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88
CODE DE LA ROUTE	articles R.418-1 à R.418-9, R. 110-2 complété par : arrêté ministériel du 17/01/1983 (conditions d'implantation hors agglomération des enseignes et préenseignes) arrêté ministériel du 30/08/1977 (conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétroréfléchissants) arrêté du 11/02/2008 (SIL) modifiant l'arrêté du 24/11/1997 relatif à la signalisation.

◦ Sécurité routière du code de la route

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques : en effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route, complété par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983,
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux

dispositifs lumineux ou réfléchissants,

- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967, relatif à la signalisation routière.
 - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires. Concernant l'accessibilité du domaine public il est nécessaire de se référer à :

- La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité ;
- le décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006, relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ;
- le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006, relatif aux prescriptions techniques, l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

- Occupation du domaine public

L'article L.113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Tout dispositif envisagé sur domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative Cette autorisation est délivrée par le gestionnaire de la voie à titre précaire et révoquant sous la forme de permission de voirie (avec emprise), ou de permis de stationnement (sans emprise).

De plus, en application de l'article L.2213-6 du Code Général des Collectivités Territoriales, en agglomération le maire peut donner des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

LISTE DES ANNEXES

1. Schéma de la procédure d'élaboration d'un RLP
2. Carte des lieux sensibles
3. Liste des liens utiles
4. Extrait de l'atlas des Paysages de la Haute-Normandie

(pour plus d'information sur l'atlas : <http://www.normandie.developpement-durable.gouv.fr/l-atlas-des-paysages-haute-normandie-r617.html>)